

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Media sosial Instagram merupakan salah satu media sosial yang paling sering digunakan untuk menjadi media informasi dan promosi oleh pelaku usaha. Instagram dapat menampilkan konten secara *variative*, baik dalam bentuk *video*, foto, *text*, dan gabungan dari itu semua. Kelengkapan fitur yang dimiliki Instagram membuat brand menggunakannya sebagai media informasi dan promosi dari produk yang dimiliki. Selain itu. Pengguna Instagram saat ini mencapai 109,3 juta pengguna per April 2023. Sehingga, menjadi salah strategi menggunakan media sosial Instagram sebagai media informasi dan promosi. Hal itu dilakukan oleh brand Kopi Tuku melalui Instagram nya @tokokopituku.

Karyawan Jakarta sebagai penikmat kopi juga kerap menerima dan mencari informasi terkait produk yang ingin dibeli menggunakan Instagram. Berdasarkan hasil penelitian analisis resepsi yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa posisi penerima pesan tidak selalu sama. Semua informan dalam penelitian ini mengetahui Instagram @tokokopituku dan konten media sosial instagram Kopi Tuku (@tokokopituku). Tidak semua informan dapat menerima maksud pesan yang disampaikan dalam konten Instagram @tokokopituku. Beberapa informan menilai konten-konten yang dimiliki @tokokopituku dari segi visual dan pemilihan Bahasa menarik, namun tidak

mencantumkan banyak konten terkait produk yang dimiliki. @tokokopituku yang merupakan salah satu brand kopi besar hanya menggunakan Instagram sebagai media informasi dan promosi yang dapat diketahui khlayak salah satunya adalah karyawan Jakarta. Penerimaan pesan pada konten @tokokopituku oleh karyawan Jakarta sangat beragam, hal ini didukung karena perbedaan latar belakang dan pengalaman masing-masing individu, ada yang setuju dan ada yang memberikan pendapat lainnya hal ini digolongkan ke dalam tiga bagian sesuai dengan Teori *Encoding-Decoding* Stuart Hall. Peneliti menarik kesimpulan dari penelitian ini mengenai Resepsi Karyawan Jakarta Terhadap Konten Promosi Media Sosial Instagram @tokokopituku sebagai berikut:

1. Resepsi karyawan Jakarta mengenai konten-konten yang ada di Instagram @tokokopituku sangat beragam. Para informan yang berada di posisi dominan adalah informan yang setuju dan menerima serta memaknai pesan yang disampaikan @tokokopituku sama dengan apa yang ingin disampaikan oleh Kopi Tuku sesuai dengan kriteria nya sebagai informan yang merupakan karyawan penikmat kopi dan mengkonsumsi konten media sosial Instagram disetiap harinya. Selain itu, informan yang berada pada posisi dominan memberikan tanggapan yang positif terhadap konten dari Instagram @tokokopituku. Hal ini menunjukkan bahwa proses *encoding* yang disampaikan oleh Kopi Tuku sesuai dengan yang diharapkan, yaitu adanya pemaknaan pesan yang sama yang diterima oleh *audience* dengan yang ingin disampaikan oleh Kopi Tuku melalui Instagram @tokokopituku.

2. Informan yang berada di posisi negosiasi memaknai hal yang sama dengan apa yang disampaikan oleh Kopi Tuku, namun ia juga memiliki pandangannya tersendiri akan hal tersebut, yaitu informan yang berada pada posisi ini menerima makna pesan secara dominan, namun saja informan akan meninjau lebih lanjut untuk menyetujui pemaknaan pesan secara utuh. Penerimaan pesan pada posisi negosiasi akan melibatkan pertimbangan beberapa faktor dalam penerimaannya. Informan pada posisi ini memiliki kriteria sebagai karyawan yang memiliki latar belakang di bidang creative dan mengerti bagaimana cara memproduksi konten. Dapat dikatakan, informan pada posisi negosiasi menerima makna pesan dari konten promosi yang disampaikan lewat Instagram @tokokopituku secara dominan, namun juga terdapat peninjauan lebih lanjut. Dengan demikian, informan menerima pesan tidak secara mentah-mentah .
3. Informan yang berada di posisi oposisi memiliki makna yang berbeda dengan apa yang disampaikan oleh Kopi Tuku. Informan pada posisi ini memiliki kriteria sebagai karyawan yang berlatar belakang kritis dalam memahami sebuah pesan dalam konten media sosial. Informan tidak menyukai cara atau analogi di beberapa konten yang ada di Instagram @tokokopituku karena dianggap kurang dapat diterima.

Dapat disimpulkan bahwa sebagian besar informan menilai bahwa konten-konten @tokokopituku tidak informatif dalam menyampaikan informasi brand dan produk yang dimiliki. Beberapa informan menggambarkan kesulitan yang dialami oleh mereka dalam mencari

informasi yang dibutuhkan. @tokokopituku sebagai brand kopi yang besar juga dinilai belum memberikan kemudahan dan kejelasan dalam penyampaian pesan terkait produk. Sehingga, beberapa informan menilai @tokokopituku ada di dalam *bubble* nya tersendiri atau dapat dikatakan hanya orang-orang tertentu yang tahu. Kopi Tuku dinilai sebagai brand yang hanya dikenal oleh sekelompok orang tertentu. Namun, disamping itu ada informan yang menilai bahwa visual yang ditampilkan dalam konten Instagram @tokokopituku menarik dan memiliki nilai estetika yang dapat menarik *audience* untuk datang ke *store* membeli produk Kopi Tuku.

Fakta yang ditemukan dari informan yang memiliki latar belakang pekerjaan di bidang *creative* mayoritas memiliki pandangan yang sama terkait konten dari @tokokopituku sesuai dengan pengalaman yang dimiliki, jika mereka tidak sesuai dengan pengalaman yang dimilikinya mereka akan menyampaikan pendapat berbeda dengan yang diterima di media sosial sesuai dengan Teori Perbedaan Individual.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai analisis resepsi karyawan jakarta terhadap konten media sosial instagram Kopi Tuku, terdapat beberapa saran yang dapat dilakukan agar Kopi Tuku dapat memaksimalkan Instagram sebagai media informasi dan promosi yang dimiliki yakni:

- 1) Memperbanyak konten tentang seluruh informasi produk yang dimiliki @tokokopituku
- 2) Membuat konten tentang kandungan atau komposisi yang ada pada produk @tokokopituku agar tidak terjadi miss informasi seperti sedia kala

- 3) Memberikan informasi promo yang ter-*highlight* di *feeds* Instagram agar dapat menarik minat *audience* sampai kepada tindakan membeli
- 4) Memberikan informasi harga yang ter-visualkan untuk mempermudah *customer* dan calon *customer*.